

双子コーデ現象の心理学的検討

目白大学人間学部 市村 美帆
東京福祉大学心理学部 新井 洋輔
目白大学人間学部 今野 裕之

【要 約】

本研究では、双子コーデ、すなわち、主に友人関係にある2人が同じ洋服や装飾アイテムを用いて、同一の全身コーディネートをすることで、双子のように演出するファッションに着目し、双子コーデ現象について心理学的に検討することを目的とする。研究1では、Twitter上の双子コーデに関する写真を分類し、双子コーデ現象を確認し、その特徴を整理した。研究2では、双子コーデをする理由と、双子コーデの経験や双子コーデに対する評価について、女子大学生を対象に検討を行った。研究3では、双子コーデの経験や評価の男女比較と、友人への欲求や友人関係のスタイルとの関連を検討した。総合考察において、双子コーデの特徴を整理した。すなわち、双子コーデは、友人関係と想定される同性友人が、同じ洋服や装飾アイテム、もしくは同じ洋服の色や柄違いを用いて、同一であるように全身をコーディネートし、双子のように演出することであり、女性を中心とした現象と整理された。また、双子コーデをすることによって、お互いの関係を確認し、深めており、同時に、双子コーデには、自分たちの関係の深さを、周囲の他者に呈示していることも明らかになった。

キーワード：双子コーデ、被服行動、友人関係

問題と目的

マスメディアにおいて、現代青年の流行の1つとして、双子コーデ現象が取り上げられている。双子コーデとは、主に、友人関係にある2人が、同じ洋服や装飾アイテムを用いて、同一の全身コーディネートをし、双子のように演出する、ファッションの1つである。本研究では、双子コーデ現象がどのような現象なのか心理学的視点から検討する。

被服は、人間にとって第2の皮膚であり、その役割は身体の保護および装飾機能だけではなく、社会・心理的機能を含んでおり（神山, 1996）、心理学・被服学・社会学で被服行動に関する研究が行われてきた。神山（1996）は、先行研究を整理し、被服行動を「被服に関する人間の行動、つまり選択・使用・廃止、あるいは

購入・消費・破棄の諸行動を含む被服に関する人間の行動」と定義し、装いの機能として「自己の確認・強化・変革」機能と、「情報伝達」機能、「社会的相互作用の促進・抑制」機能をあげている。「自己の確認・強化・変革」機能とは、被服から自分が何者なのかを確認したり、被服によって自己のイメージを強めたり、それまでとは違うイメージに変化させるなどの機能であり、学校の制服や集団のユニフォームから自己の存在を確認したり、男性・女性らしい被服を用いて自己のイメージを操作することがあげられる。「情報伝達」機能は、周囲に特定の情報を伝えたり、印象づけようとする機能であり、被服が初対面の印象形成の手がかりになったり、場に適した被服を身につけることがあげられる。「社会的相互作用の促進・抑制」機能

は、対人相互作用に影響を与える機能であり、被服を通して類似性を認識したり、援助要請を促したりすることがあげられる。以上のように、被服は身体を保護・装飾するだけではなく、心理的・社会的な機能を持っている。これらの機能の観点から、双子コーデ現象を捉えると、友人関係にある2人が、同じ洋服や装飾アイテムを用いて同一の全身コーディネートをするによって、なんらかの自己の特徴を確認・強化したり、変革しようとしたり、周囲になんらかの情報を伝えていると考えられる。また、共に双子コーデをしている友人同士との、あるいはそれ以外の他者との相互作用に影響していると考えられる。しかし、双子コーデのもつ機能が具体的に何を強化し相互作用にどのような影響を及ぼすかについての実証的な研究は行われていないまま、流行現象としてマスメディアで取り上げられているのが現状である。

流行については、神山(1996)が「社会の中の多くの人々が目新しく感じ、一時的にまね(同調)している装い・服装(衣服・被服, 装飾・衣装)の様式」と定義している。また、流行を採用する動機には、新しいものをとりいれ個性を示したい、他者に差をつけたいという「差別化の欲求」と、他者と同じようにしたい、人とは違ったことをしたくないという「同調の欲求」がある(ジンメル, 1976: 上野, 1994)。双子コーデ現象を流行と捉えると、友人関係にある2人が、同じ洋服や装飾アイテムを用いて同一の全身コーディネートをするを、社会の中で目新しく感じて、まねしていると考えられる。採用する動機としては、双子コーデは友人同士で同一の全身コーディネートをしており、双子コーデをしている自分たち以外の他者に差をつけたいという差別化の欲求や、自分たちも双子コーデをしている人たちと同じようにしたいという同調の欲求があると推定される。

流行を採用する動機としての差別化や同調のように、被服が他者と「異なること」と「同じであること」という相反する動機が併存している点については、被服に関する関心や志向性などの研究にもみられる。たとえば、被服関心尺度(佐藤他, 2009)の下位尺度には「個性を高めるものとしての被服関心(私はふつうの人が

着ていない衣服を買うように心がけている)」と、「同調を図るものとしての被服関心(私はグループの中で仲間意識を持つために、他の人々と同じような服装をするよう心がけている)」がある。被服を対象として形成された態度である被服志向性尺度(諸井, 2010)の下位尺度には「保守的志向(周囲の人たちと同じような服装をしていると何となく気持ちが落ち着く)」と「先端性(私の服装を真似する人がいると嬉しい)」がある。以上のように、被服が他者と「異なること」と「同じであること」は、被服への関心や志向性などの点からみると、被服が他者と「異なること」によって個性を示し、被服が他者と「同じであること」によって周囲との仲間意識や安心感を得ている。被服が他者と「異なること」を考慮した視点からは、友人と同じであることは個性がなく避けたい事柄であるが、双子コーデにおいては、友人同士で同一の全身コーディネートすることで、自分たちを2人で1人の個性と捉えている可能性がある。同時に、被服が他者と「同じであること」を考慮した視点からは、双子コーデをすることで、友人との深い関係を意識したり、友人と同じであるという安心感を得たりしている可能性がある。

特に、他者と同じものを身につける行為・現象については、仲間意識や連帯感の強化の効果が指摘されている。堀内(1996)は、集団内の被服に関する規範である「被服規範」について、学校や職場の制服や集団のユニフォームによって、集団の成員を特定しやすくなり集団の凝集性を高めることが可能となるとしている。カップルや家族でのおそろいの服装も制服と類似の機能があり、おそろいの服装を着用することで均質性を高め仲間意識を強めることができると指摘している。廣瀬(1996)は、1964年のみゆき族や1980年の竹の子族などの「族」とよばれる服装とその意味について取り上げている。「族」とは、多数の若者が同じような服装をして、銀座や原宿などの都市を徘徊したり、パフォーマンスをしていた現象を指しており、社会に反する行動および目立つ行動から、優越感を感じたり、自己のアイデンティティを見出し、集まっている者たちで連帯感を感じたり、同調性

や凝集性を高めていたと考察している。

2者が同じものを身につけることについて、橘田（2005）は、恋愛関係にある青年の間で指輪を贈ったり贈られたりする現象に着目し、恋愛関係における指輪への意識の構造について検討している¹⁾。恋愛関係における指輪への意識には、指輪によって愛情を自他ともに確かなものにしようとする「愛情確認」の側面、指輪をすることは自分たちの愛情関係の継続を意味すると思われる「関係継続」の側面、指輪は相手と自分を愛情関係に従属させ、互いを拘束するものであるとする「従属束縛」の側面、指輪を贈り合うことは一般的なことであり、慣習の側面が存在する（橘田、2005）。また、男女ともに、指輪への意識を主に規定するのは自分たちの恋愛関係を周囲に開示したいという「関係開示欲求」であるが、男性は相手との関係に不安があり、恋愛相手を第三者に奪われないように周囲に釘を刺す目的がある一方、女性は自分が幸せな恋愛関係にあり、優遇され、大切にされていることを周囲に見せ、賞賛される感覚を味わう目的があるという性差がある（橘田、2005）。以上のように、人は他者と同じものを身につける行為によって、同じものを身につけている相手や集団成員との関係を深めたり、関係を確認しようとしていることや、関係を拘束したり、関係を周囲に開示したりする。双子コードにも、関係を深めたり、関係を確認したいという意識や、関係を拘束したり、自分たちの仲の良さを周囲に開示したり呈示したいという意識²⁾が含まれていると考えられる。

以上を踏まえると、友人関係にある2人が、同じ洋服や装飾アイテムを用いて、同一の全身コーディネートをし、双子のように演出する、ファッションの1つである双子コードは、次のような特徴があると考えられる。第1に、2人で1人と捉え、周囲とは異なる個性をもっていると捉えている可能性がある。第2に、双子コードをすることによって、相手との関係を深め、相手との関係の深さを確認している可能性がある。第3に、同一の全身コーディネートをすることで、周囲に自分たちの関係の深さを呈示しようとしている可能性がある。このように、双子コードには、双子コードをしている自

分たちの捉え方に関する特徴（「2人で1人」という捉え方）と、双子コードをしている相手との関係性に関する特徴（関係を深め確認する）、双子コードをしている自分たちに関する情報の伝達の特徴（周囲への呈示）があると考えられる。しかし、双子コードに関する以上の特徴のいずれに関しても、実証的な検討は行われていない。

本研究では、双子コード現象がどのような現象なのか心理学的視点から検討する。具体的には、以下の3つの検討を行う。研究1では、Twitterに投稿された双子コードに関する画像を分類し、双子コード現象を確認し、現象の特徴を整理する。研究2では、女子大学生を対象に、双子コードの経験有無や双子コードに対する評価について検討する。また、「なぜ双子コード現象が流行しているのか」という双子コードをする理由について自由記述で回答を求め整理する。研究3では、大学生を対象に、双子コードの経験有無や双子コードに対する評価について男女比較を行う。また、双子コード経験有無による友人への欲求や友人関係のスタイルの違いについて検討する。研究2・3においては、双子コード現象を理解するために、双子コード現象と類似する「友だちとおそろいにするを目的として同じものをもつこと（以下、友だちと同じものをもつこと）」についても併せて検討する。双子コードは、友人関係にある2人が、同じ洋服や装飾アイテムを複数用いて同一の全身コーディネートをする一方、友だちと同じものをもつことは、友人関係にある2人が、同じ洋服や装飾アイテムの1つをおそろいにするを目的として互いにもつこととする。

研究1

目的

Twitterに投稿された双子コードに関する画像を分類し、双子コード現象を確認し、現象の特徴を整理する。

方法

Twitterの検索機能を用いて得られた2016年11月1日から11月7日の間に投稿された「双

子コーデ」のキーワードを含む投稿の画像1882件を対象とした。画像の分類については、心理学関連の講義を受講する女子大学生2名と、心理学関連の講義を担当する教員（女性）1名の計3名で、討議を行いながら、共に分類作業を行った。

結果と考察

検索機能から得られた1882件の画像のうち、同一写真や同一人物の同時期と判断された画像を1件に統合し、1093件を分析対象とした。はじめに、画像の人の有無および人数から写真を整理した。このうち、2人の人物が映る画像から、同じ洋服や装飾アイテムを用いて、同一の全身コーディネートをしている画像を「双子コーデ現象」と「類似現象」の大カテゴリーに分類した。その他の画像は、「商品の宣伝」と「その他」の大カテゴリーに分類した。各カテゴリーはそれぞれ複数の小カテゴリーから構成され、画像の人物の性別情報（女性・男性・男性と女性・性別不明・人物なし）と共に、結果をTable1に示す。

「双子コーデ現象」の大カテゴリーについては、2人の人物が同じ洋服を用いて、同一の全身コーディネートをしており、鞆をもっていない、もしくは持っている鞆が異なる「双子コー

デ（全身・鞆以外）（女性20組）」と、2人の人物が同じ洋服を用いて、同一の全身コーディネートをしているが、鞆やアクセサリーなどの装飾アイテムが異なる「双子コーデ（全身・鞆および小物以外）（女性24組、男性3組）」と、2人の人物が同じ洋服を用いて、同一の全身コーディネートをしているが、足元の情報がなく不明である「双子コーデ（足元情報なし）（女性31組、男性1組、性別不明1組）」の小カテゴリーに分類した。また、2人の人物が同じ洋服の色や柄が異なるものを用いた全身のコーディネートをしている「色・柄違いのコーデ（女性188組、男性15組、性別不明8組）」や、2人の人物が同じ洋服1つを取り入れて、各自がコーディネートしている「同商品のコーデ（女性70組、男性5組、性別不明12組）」、2人の人物が厳密には異なるが同じようにみえる洋服や同系色を用いて全身をコーディネートしている「同系色のコーデ（女性36組、男性5組、性別不明8組）」の小カテゴリーに分類した。なお、「双子コーデ現象」の大カテゴリーの画像の多数は女性同士であり、男性同士の画像はわずかであった。以上のように、鞆や靴、アクセサリーなどの装飾アイテムが異なっていたり、足元の情報が不足している点はあるものの、2人の人物が同じ洋服を用いて、同一の全身コーディネー

Table 1 抽出されたカテゴリーおよび性別情報の一覧（研究1）

大カテゴリー	小カテゴリー	女性		男性		男性と女性		性別不明		人物なし		合計	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
双子コーデ現象	双子コーデ（全身・鞆以外）	20	1.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	20	1.8
	双子コーデ（全身・鞆および小物以外）	24	2.2	3	0.3	0	0.0	3	0.3	0	0.0	30	2.7
	双子コーデ（足元情報なし）	31	2.8	1	0.1	0	0.0	1	0.1	0	0.0	33	3.0
	色・柄違いのコーデ	188	17.2	15	1.4	0	0.0	8	0.7	0	0.0	211	19.3
	同商品のコーデ	70	6.4	5	0.5	0	0.0	12	1.1	0	0.0	87	8.0
	同系色のコーデ	36	3.3	5	0.5	0	0.0	8	0.7	0	0.0	49	4.5
	合計	369	33.8	29	2.7	0	0.0	32	2.9	0	0.0	430	39.3
類似現象	異性のペアコーデ	0	0.0	0	0.0	7	0.6	0	0.0	0	0.0	7	0.6
	子どもペアコーデ	2	0.2	1	0.1	2	0.2	0	0.0	0	0.0	5	0.5
	おそろい	5	0.5	0	0.0	0	0.0	3	0.3	0	0.0	8	0.7
	合計	7	0.6	1	0.1	9	0.8	3	0.3	0	0.0	20	1.8
商品の宣伝	双子コーデ例	3	0.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	47	4.3	50	4.6
	商品	5	0.5	1	0.1	1	0.1	1	0.1	49	4.5	57	5.2
	合計	8	0.7	1	0.1	1	0.1	1	0.1	96	8.8	107	9.8
その他	2人の画像	175	16.0	22	2.0	5	0.5	19	1.7	0	0.0	221	20.2
	1人の画像	34	3.1	7	0.6	0	0.0	7	0.6	0	0.0	48	4.4
	多数人の画像	49	4.5	24	2.2	16	1.5	4	0.4	0	0.0	93	8.5
	該当外	3	0.3	1	0.1	2	0.2	3	0.3	165	15.1	174	15.9
	合計	261	23.9	54	4.9	23	2.1	33	3.0	165	15.1	536	49.0

トをしている双子コーデの現象が確認された。また、同商品の色や柄が異なるものを用いたり、1つの洋服だけをあわせていたり、同系色を用いて全身をコーディネートしているものについても確認された。これらのコーディネートは、2人の人物が同じ洋服ではなく、同じ洋服の色や柄の違いや、同じ洋服を1点あわせることや、洋服の色を同系色にあわせることなどによって、同一であるように演出したコーディネートであると考えられる。また、「色・柄違いのコーデ」の小カテゴリーの該当数が多いことから、双子コーデ現象を、2人の人物が同じ洋服の色や柄違いを用いて全身コーディネートをする現象と捉えている者が多い可能性もある。

「類似現象」の大カテゴリーについては、異性同士が同じ洋服を用いて、同一の全身コーディネートをしていたり、同じ洋服1つを取り入れて、各自がコーディネートしているものなどが含まれる「異性のペアコーデ」と、子ども同士が、同一の全身コーディネートをしていたり、同じ洋服1つを取り入れて、各自がコーディネートしているものなどが含まれる「子どものペアコーデ」と、同じ鞆や靴および装飾アイテムを画像のメインとしている「1つのアイテムのおそろい」の小カテゴリーに分類した。双子コーデは、主に「友人関係にある2人が同一の全身コーディネートをし双子のように演出すること」であることを踏まえると、異性同士の画像も対象となるが、画像からは2者の関係性を判断することが出来なかったため、「異性のペアコーデ」とした。

「商品の宣伝」の大カテゴリーについては、2人分の全身コーディネートができるように商品を並べている「双子コーデ例」と、服や靴、鞆、装飾アイテムの単一の商品の色違いを扱っている「商品」の小カテゴリーが抽出された。なお、「双子コーデ例」で示されている2人の全身コーディネートは、全て女性対象の服であり、洋服の同商品の色違いや柄違いが用いられていた。前述したように、大カテゴリーである「双子コーデ現象」の「色・柄違いのコーデ」の小カテゴリーでも、「双子コーデ例」のように、同じ洋服の色や柄違いを用いて、同一であるように全身をコーディネートしており、コーデネ

ートの内容が同じであると判断される。

「その他」の大カテゴリーについては、2人の人物の画像であるが双子コーデ現象かどうか不明であった「2人の画像」、1人の人物の画像である「1人の画像」、3人以上の人物の画像である「多人数の画像」、食べ物やイラスト、風景・広告などの画像である「該当外の画像」の小カテゴリーが抽出された。

以上を踏まえると、同じ洋服や装飾アイテムを用いて、同一の全身コーディネートをし、双子のように演出する双子コーデの現象が確認された。ただし、同じ洋服の色や柄違いを用いたり、同じ洋服を1つ取り入れたりしているコーディネートが多かったことや、商品宣伝を意図した双子コーデの例を示す投稿の画像も、同じ洋服の色や柄違いを用いてコーディネートされていた。したがって、双子コーデという現象は、同性の友人関係にある2人が、同じ洋服や装飾アイテム、もしくは同じ洋服の色や柄違いを用いて、「同一であるように」全身をコーディネートし、双子のように演出することと整理される。

研究2

目的

女子大学生を対象に、双子コーデの経験有無や双子コーデに対する評価について検討する。また、「なぜ双子コーデ現象が流行しているのか」という双子コーデをする理由について自由記述で回答を求め整理する。双子コーデ現象を理解するために、双子コーデ現象と類似する友だちと同じものをもつことについても取り上げ、併せて検討する。

方法

2015年6月・7月、私立女子大学生30名（平均年齢19.5歳、 $SD = 0.6$ ）を対象に、以下2つの調査を行った³⁾。

第1調査 自由記述式の質問紙調査を行った。はじめに、双子コーデに関するインターネット上の記事等を提示し、「双子コーデとは、双子にみえるように全身のコーディネートを友だちとあわせること」といった現象の内容について説明した。そして、双子コーデをする理由に

ついて、思いっただけ自由に記述するように求めた。なお、記入用紙には1-20個記入できる欄を設けた。

第2調査 スマートフォンを用いた調査を行った。インターネット上に作成した質問紙調査のページのURLおよびURLにアクセスするためのQRコードを配布し、各自のスマートフォンからその場でアクセスし、調査に参加するように求めた。なお、スマートフォンを用いた調査が困難であった者には、紙版の調査用紙を配布し、同様に調査への回答を求めた。

調査項目 (1) 友だちと同じものをもつことに関する項目：もっているかどうかの有無(単一回答)と、持っているものとして、文房具、鞆やポーチ、洋服、靴、アクセサリ、ストラップなどの小物、その他をあげ、あてはまるものすべてを選択する(複数回答)項目を作成した。(2) 双子コーデ現象に関する項目：双子コ

ーデの経験有無(単一回答)、未経験者には今後経験したいかどうかの有無(単一回答)、双子コーデをしている人たちをみたことがあるかどうかの有無(単一回答)の項目を作成した。また、双子コーデ現象について、現象の好ましき(「とても好ましい」から「とても好ましくない」までの5件法)、双子コーデをしている人たちへのうらやましき(「とてもうらやましい」から「とてもうらやましくない」までの5件法)についても作成した。

結果と考察

第1調査では、双子コーデをする理由について、対象者1人につき、9-20個の回答があり、合計357個の回答を得た。回答内容および表現等を参考に、18個のカテゴリーを設定し分類した(Table 2)。なお、カテゴリーを概観すると、双子コーデをする理由として、「流行して

Table 2 抽出されたカテゴリーと代表される回答一覧(研究2)

no	カテゴリー	n	%	代表回答	
1	流行しているから	38	10.6	みんなもしているから	雑誌にのっているから
2	双子コーデ自体の楽しさ	35	5.2	買い物から着て外を歩くまでが楽しい	双子コーデを考える時のやりとりが楽しい
3	関係性の確認・証	34	5.3	離れていても相手と一緒だと感じられる	相手との関係を特別なものにするため
4	ファッションセンスの向上・自信	33	5.4	自分のコーデに自信がないので一緒に選びたい	服を選ぶのに迷わない
5	仲良しアピール	28	4.9	仲のよさの主張	仲のよさを周囲にみせしめるため
6	目立ちたい	24	4.4	注目をあびることができ	ネタになる
7	一緒・同じであることの安心感	22	4.2	誰かと一緒だと落ち着く	一人よりも自信がもてる
8	趣味の一致	21	4.2	価値観が一緒	ほしい服が一緒だった
9	関係を深める・仲間意識	17	3.5	おそろいの物を得ること	仲間意識
10	おそろいをもちたい	16	3.5	好きな人と同じにしたい	友達との共通点が増える
11	思い出づくり	13	2.9	一つの思い出になる	思い出の1つとして残したい
12	かわいいから	13	3.0	可愛さ2倍になる	写真が可愛く取れる
13	店の戦略・売り方	13	3.1	似たようなデザインの服が普及しているから	多くの店が取り扱っているから
14	イベント	10	2.5	イベントなどで目立つため	一人では恥ずかしい格好も2人ではできる
15	求められたから・強要	8	2.0	強制的にやらされた	気の迷い
16	今しかできない	7	1.8	学生だからできる	
17	双子(姉妹)へのあこがれ	5	1.3	双子にあこがれるから	姉妹のようにみられたい
18	その他	20	5.3		
合計		357			

いるから」や「双子コード自体の楽しさ」など、流行を取り入れ、その流行を楽しんだり、「目立ちたい」や「イベント」のように、注目を浴びたり、イベントを楽しむために行うことがあげられた。さらに、「関係性の確認や証」や「趣味の一致」、「関係を深める・仲間意識」、「おそろいをもちたい」などのように、友人との関係を確認したり、深めたり、「仲良しアピール」のように、自分たちの仲の良さを周囲の他者に呈示したりするために双子コードをするという理由もあった。一方で、「求められたから・強要」のように、相手からの要請や強要によって、双子コードをするという理由もあった。このほかにも、「ファッションセンスの向上・自信」や「一緒・同じであることの安心感」、「かわいいから」というように自己評価を高める目的や、「店の戦略・売り方」などの社会的な要因や、「今しかできない」や「双子（姉妹）へのあこがれ」など、様々な理由もあった。

第2調査の結果、友だちと同じものをもつことの経験者は、 $n=20$ (66.7%) であった。おそろいでもっているものとして、洋服 ($n=11$ (55.0%)) やアクセサリー ($n=8$ (40.0%))、文房具 ($n=6$ (30%)) があげられた。一方、双子コードの経験者は、 $n=8$ (26.7%) であった。未経験者 ($n=22$) のうち、今後やってみたいと回答した者は、 $n=3$ (13.6%) であった。また、実際に双子コードをしている人を見たことがあると回答した者は、 $n=25$ (83.3%) であった。双子コード現象への好ましさは、 $M=3.1$, $SD=0.7$ であり、双子コードをしている人たちへのうらやましさは、 $M=2.7$, $SD=1.0$ であった。

以上から、友だちと同じものをもつことについては、比較的行われやすく、経験しやすいと考えられるが、双子コードは多くの人が知っているものの、実際に経験する人は多くないことが明らかになった。また、双子コードをする理由として、双子コードを楽しむという理由と、双子コードをする相手との関係を深めたり、その関係性を周囲に呈示するという友人関係に関する理由と、販売戦略や双子（姉妹）へのあこがれなどの理由など、様々な要因があった。ただし、双子コードをする理由については、双子コードの経験者の回答と、双子コードの未経験

者が双子コードをする人を見たり、本調査で現象を見たりして、想定された回答が含まれており、今後詳細な検討が必要である。

研究3

目的

大学生を対象に、双子コードの経験有無や双子コードに対する評価について男女比較を行う。また、双子コード経験有無による友人への欲求や友人関係のスタイルの違いについて検討する。双子コード現象と類似する友だちと同じものをもつことについても取り上げ、併せて検討する。

方法

2015年6月・10月、私立大学生99名（男性32名、女性66名、不明1名、平均年齢19.95歳、 $SD=2.53$ ）を対象に質問紙調査を行った。

質問項目（1）友だちと同じものをもつことに関する項目：「他者とおそろい（全く同じ・色やデザイン違い）の物をもつということについて伺います。ここでは、おそろいでもつことを前提として、購入した・プレゼントした（された）場合に限定します。」と教示し、同性の友だちと同じものをもつという経験の有無（単一回答）の項目を作成した。

（2）双子コード現象に関する項目：「双子にみえるように友だちと全身のコーディネートをあわせるという双子コードについて伺います。」と教示し、テレビやインターネット、雑誌などで双子コードの情報や記事をみたことがあるかどうかの有無（単一回答）、実際に双子コードをしている人たちをみたことがあるかどうかの有無（単一回答）、双子コードの経験有無（単一回答）、未経験者には今後経験したいかどうかの有無（単一回答）の項目を作成した。また、双子コード現象について、現象の好ましさ（「とても好ましい」から「とても好ましくない」までの5件法）、双子コードをしている人たちへのうらやましさ（「とてもうらやましい」から「とてもうらやましくない」までの5件法）についても作成した。（3）友人への欲求（榎本, 2003）：17項目（相互尊重欲求6項目、親和欲

求5項目、同調欲求4項目)、6件法。(4)友人関係スタイル(岡田, 1995):17項目(気遣い6項目、ふれあい回避6項目、群れ5項目)、4件法。

結果と考察

双子コーデおよび友だちと同じものをもつことの経験等について、男女比較するために、 χ^2 検定を行った(Table3)。その結果、男性よりも女性の方が同性の友だちと同じものをもっており、双子コーデの情報に触れたり、実際に双子コーデをしている人を目撃したり、双子コーデを経験していた。男性では同性の友だちとのおそろい、双子コーデの経験者はわずかであったものの、男性の半数以上が双子コーデの情報に触れたり、実際に双子コーデをしている人を目撃したりしていた。現代青年において、同性の友だちと同じものをもつことや双子コーデ現象は、概ね周知されていると考えられる。

また、双子コーデ現象への好ましきおよび、双子コーデをしている人たちへの好ましさの得点について、男女間で t 検定を行ったところ、現象への好ましき(男性: $M=3.16$, $SD=0.68$, 女性: $M=3.30$, $SD=0.72$)は男女差がないものの($t=0.96$, $n.s.$)、双子コーデをしている人たちへのうらやましき(男性: $M=2.22$, $SD=0.71$, 女性: $M=2.59$, $SD=0.83$)は男女差があった($t=2.23$, $p<.05$)。うらやましきの平均点は男女いずれも5件法で2点(「うらやましくない」という選択肢が該当)であり、全体では双子コーデをしている人たちに対するうらやましいという気持ちは低く、女性よりも男性の方が双子コーデをしている人たちに対して、うらやましいと感じていないと解釈された。

次いで、友人への欲求(榎本, 2003)の3つ

の下位尺度および、友人関係スタイル(岡田, 1995)の3つの下位尺度別に尺度構成を行った。その結果、友人への欲求尺度については、下位尺度ごとに主成分分析を行い、それぞれの項目が第1主成分に.58以上の負荷を示しており、信頼性係数の高さも十分な値であった(相互尊重欲求:寄与率51.7% $\alpha=.76$, 親和欲求:寄与率63.8% $\alpha=.85$, 同調欲求:寄与率66.7% $\alpha=.83$)。友人関係スタイルについても、同様に解析したところ、ふれあい回避の「相手に甘えすぎない」、気遣いの「お互いの約束は決して破らない」の項目の負荷量が低く、これらの項目を削除し再度解析を行った。その結果、それぞれの項目が第1主成分に.40以上の負荷を示し、信頼性係数はやや低いものの、十分であると判断した(気遣い5項目版:寄与率41.7% $\alpha=.63$, ふれあい回避5項目版:寄与率40.4% $\alpha=.60$, 群れ:寄与率40.1% $\alpha=.62$)。友人への欲求および、友人関係スタイルの下位尺度ごとに合計得点を算出した。

友だちと同じものをもつことと、双子コーデ現象の経験有無別に友人への欲求、友人関係スタイルの得点を比較するために、 t 検定を行った(Table4)。その結果、友だちと同じものをもつことにおいては、未経験者よりも経験者の方が友人への親和欲求($p<.05$)が高かった。双子コーデ現象においては、未経験者よりも経験者の方が、友人への親和欲求($p<.05$)と同調欲求($p<.01$)が高く、友人関係のスタイルとして、群れ($p<.05$)が高かった。友だちと一緒にいたいや、趣味や好みを合わせたいという友人への欲求や、楽しく一緒に過ごすという群れの友人スタイルが、友だちと同じものをもったり、双子コーデをしたりするという行動と関連すると考えられる。

Table 3 各経験者の男女別の割合(研究3)

	男性		女性		χ^2
	<i>n</i>	%	<i>n</i>	%	
同性の友だちとのおそろい経験	12	37.5	62	93.9	37.1**
双子コーデの情報や記事をみた経験	25	78.1	62	93.9	5.4*
双子コーデを実際にみた経験	20	62.5	65	98.5	24.3**
双子コーデの経験	1	3.2	26	39.4	13.7**

* $p<.05$, ** $p<.01$

※%は性別ごとに算出

Table 4 同性と友だちと同じものをもつ経験および
双子コーデ経験の有無別の友人関係に関する得点の比較 (研究3)

	友だちとのおそろい経験							双子コーデの経験						
	有			無			<i>t</i>	有			無			<i>t</i>
	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>		<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	<i>n</i>	<i>M</i>	<i>SD</i>	
友人への欲求														
相互尊重欲求	74	24.08	3.48	24	23.33	3.09	0.94	28	24.36	3.84	69	23.75	3.21	0.79
親和欲求	75	23.85	3.78	24	21.88	3.92	2.21*	28	24.79	3.52	70	22.77	3.92	2.37*
同調欲求	73	12.03	4.02	23	13.61	3.13	1.73	28	13.93	3.34	67	11.75	3.94	2.57**
友人関係スタイル														
ふれあい回避	74	11.70	2.24	24	12.46	2.32	1.43	28	11.39	2.04	69	12.06	2.34	1.31
気遣い	75	13.56	2.51	23	13.57	2.29	0.01	28	14.18	2.18	69	13.29	2.53	1.63
群れ	75	14.35	2.53	24	13.75	2.54	1.01	28	15.14	2.41	70	13.76	2.43	2.55*

* $p < .05$, ** $p < .01$

総合考察

本研究では、主に、友人関係にある2人が、同じ洋服や装飾アイテムを用いて、同一の全身コーディネートをし、双子のように演出する、ファッションの1つである双子コーデに着目し、双子コーデ現象がどのような現象なのか心理学的視点から検討を行った。

研究1のTwitter上の双子コーデに関する画像の分類から、双子コーデ現象を確認し、双子コーデ現象とは、同性の友人関係にある2人が、同じ洋服や装飾アイテム、もしくは同じ洋服の色や柄違いを用いて、「同一であるように」全身をコーディネートし、双子のように演出することであると整理された。研究2では、女子大学生が友だちと同じものをもつことは比較的経験しやすいが、双子コーデについては多くの人が現象を知っているものの、実際に経験する人は多くないことが明らかになった。また、双子コーデをする理由については、双子コーデを楽しむという理由と、双子コーデをする相手との関係を深めたり、その関係性を周囲に示するという友人関係に関する理由と、販売戦略や双子（姉妹）へのあこがれなどの理由があり、双子コーデをする理由には様々な要因があることが双子コーデの経験者および未経験者の回答から示唆された。研究3では、男女ともに双子コーデの情報に触れたり、実際に双子コーデをしている人を見た経験があり、その割合は女性の方が多いことが明らかになった。また、男性よりも女性の方が同性の友だちとのおそろいをもったり、双子コーデの経験者が多く、女性よりも男性の方が双子コーデをしている人たちに

対して、うらやましいと感じていなかった。友人と同じものをもったり双子コーデをしたりする経験は、友だちと一緒にいたり、趣味や好みを合わせたいという友人への親和欲求や、楽しく一緒に過ごすという群れの友人スタイルと関連していた。

本研究の知見を踏まえ、双子コーデ現象を次のように整理する。第1に、双子コーデの現象の特徴である。双子コーデ現象とは、友人関係と想定される同性友人が、同じ洋服や装飾アイテム、もしくは同じ洋服の色や柄違いを用いて、同一であるように全身をコーディネートし、双子のように演出することである（研究1）。テレビやインターネット、雑誌に加え、実際に双子コーデをしている人たちを見たことがある者が多く（研究2・3）、大学生において双子コーデは周知されている現象である。ただし、双子コーデに関する画像は女性同士のものが多く（研究1）、男性よりも女性の方が、双子コーデの現象や情報に触れ経験しており（研究3）、双子コーデは女性を中心とした現象であると考えられる。なお、双子コーデの経験者は全体的に少なく（研究2・3）、双子コーデをする理由として周囲から注目を浴びたいという理由があることが示唆されたこと（研究2）から、他者と同じようにしたいという「同調の欲求」（ジンメル、1976：上野、1994）よりも、双子コーデをしている自分たちを2人で1人と捉え個性を示し、他者に差をつけようとする「差別化の欲求」（ジンメル、1976：上野、1994）によって、双子コーデをしていると予想される。

第2に、双子コーデをする2人の関係性に関

する特徴である。友人への親和欲求や群れの友人スタイルが、友人とおそろいの物をもったり、双子コーデをすることに関連していた(研究3)。また、双子コーデをする理由として、相手との関係を深めたり確認したいという理由があることが示唆された(研究2)。カップルや家族のおそろいの服装も、制服やユニフォームと同じく、互いの均質性を高め仲間意識を強めるという指摘(堀内, 1996)や、同じような服装をして社会で目立つ行動をする「族」が同調性や凝集性を高めているという指摘(廣瀬, 1996)と同様に、現代青年も双子コーデによって友人関係を深めていると考えられる。

第3に、双子コーデによる情報伝達に関する特徴である。Twitter上には、友人関係とみられる2人の双子コーデに関する画像が多く投稿されていた(研究1)。加えて、双子コーデをする理由として、双子コーデをしている自分たちの仲の良さを周囲の他者に呈示したいという理由があることが示唆された(研究2)。女性が指輪によって、自分が幸せな恋愛関係にあり、優遇されたり、大切にされたりしていることを周囲に見せ、賞賛される感覚を味わう目的があるという研究知見(橘田, 2005)と、双子コーデ現象が女性を中心とした現象であるという本研究の知見を踏まえると、以下のように考えられる。まず、双子コーデをするには、コーディネートを完成させるための労力や金銭が必要となり、容易なことではない。また、同一であるように全身をコーディネートする双子コーデは、社会の中で目立つ行為である。このように、労力や金銭が必要であり、社会で目立つという行為である双子コーデをすることのできる友人が自分にはいるということを周囲に呈示し、賞賛される感覚を味わっている可能性もある。

最後に、本研究の問題点と今後の課題について議論する。双子コーデ現象については、マスメディアで取り上げられ、Twitter上には多数の画像が投稿されているものの、本研究のデータでは、実際に双子コーデをしている者は少なかった。そのため、双子コーデをする理由(研究2)は、双子コーデを経験している者だけではなく、双子コーデが未経験である者が、同世代が行う現象として想定し回答したものが含ま

れており、双子コーデの経験有無による比較(研究3)についても、十分なデータを得ることができなかった。今後は双子コーデの経験者のデータを増やし、双子コーデ現象の特徴を検討する必要がある。

【引用文献】

- 榎本淳子(2003) 青年期の友人関係の発達的变化—友人関係における活動・感情・欲求と適応— 風間書房
- 廣瀬逸子(1996) 「族」の服装 高木修(監) 大坊郁夫・神山進(編) 被服と化粧の社会心理学 北大路書房 pp.27.
- 堀内圭子(1996) 被服と対人行動 高木修(監) 大坊郁夫・神山進(編) 被服と化粧の社会心理学 北大路書房 pp.156-174.
- 神山進(1996) 被服心理学の動向 高木修(監) 大坊郁夫・神山進(編) 被服と化粧の社会心理学 北大路書房 pp.2-24.
- 橘田彩(2005) 青年の恋愛関係における指輪への意識 筑波大学人間学類平成16年度卒業論文(未公刊)
- 諸井克英・花高亜紀・尾島智美(2010) 女子大学生におけるサブカルチャーに関する社会心理学的研究(I)—恋愛観、被服志向性、女性ファッション誌接触傾向の関連— 同志社女子大学学術研究年報, 61, 91-102.
- 岡田努(1995) 現代大学生の友人関係と自己像・友人像に関する考察 教育心理学研究 43 354-363
- 佐藤 園・平田 美智子・河原 浩子・小橋 和子・原田 省吾(2009) 中学校家庭科被服学習における子どもの被服関心・自尊感情形成評価への心理測定尺度適用の試み (1)—教科としての目標達成を目指す家庭科評価研究(第3報)— 岡山大学大学院教育学研究科研究集録, 140, 105-117.
- ジンメル G. 円子修平・大久保健治(訳) (1976) 流行 ジンメル著作集7 白水社 pp.31-61.
- 上野行良(1994) 流行の心理 松井豊(編) ファンとブームの社会心理 サイエンス社 pp.209-231.

【脚注】

- 1) 橘田(2005)の取り上げた恋愛関係における指輪は、指輪を贈ったり贈られたりする現象であり、ペアリングのように、恋愛関係にある2人が

同じ指輪を身につける現象だけを扱っているわけではないが、データにはペアリングのデータも含まれていることから、他者と同じものを身につける行為や現象に関する知見として本研究では捉えた。

- 2) 橘田(2005)の研究対象である恋人同士と比較すると、双子コードをする友人同士では、周囲に関係性を秘匿する必要が少なく、本研究では開示ではなく呈示に統一する。

- 3) 研究2では、同一対象者に調査を行ったが、第1調査は講義内のワークとし、第2調査は無記名式の調査として実施したため、調査間の照合が出来ずそれぞれ結果を整理した。

—2017年9.22.受稿, 2017年12.13.受理—

The psychological features of “Futago -corde” phenomenon

Miho Ichimura

Mejiro University, Faculty of Human Sciences

Yohsuke Arai

Tokyo University of Social Welfare, Department of Psychology

Hiroyuki Konno

Mejiro University, Faculty of Human Sciences

Mejiro Journal of Psychology, 2018 vol.14

[Abstract]

The purpose of this study is to examine psychology about “Futago -corde” phenomenon. “Futago -code” is one of fashion coordination by two people who are in a friend relationship, mainly using the same clothes and decorative items to make the same whole body, like a twin. In Study1, photographs on Twitter called “Futago corde” were classified to confirm “Futago corde” phenomenon, and arranged its characteristics. In Study2, reasons, experience and evaluation of “Futago -corde” were investigated for female college students. In Study3, Gender difference of the evaluation of “Futago corde”, and the relationship between the experience of “Futago corde” and friendship style were examined. In consideration, characteristics of “Futago corde” were described that same-sex friends supposed to be friends, using the same clothes or decorative items, or the color and pattern difference of the same clothes, to produce a twin-like effect, a fashionable phenomenon prevalent in women. It was also revealed that “Futago corde” confirmed and deepened the relationship with the opponent, and presented the depth of their relationship to other people.

keywords : Futago corde, clothing behaviour, friendship